

ABSTRACT

Name / NIM : Antonio Pranata Cuaca / 31160041

Study Program: *Hotel Business*

Title : *Aston Priority Simatupang Hotel Marketing Strategy in Maintaining High Occupancy Rates*

Each hotel has a level of occupancy that must get income within a certain period. In increasing the high occupancy rate, it is necessary to have the right marketing strategy from each of these hotels. The marketing process is directly proportional to a company considering marketing is a very important aspect in supporting a company. This research has a purpose to know the marketing process and marketing strategy of Aston Priority Simatupang Hotel. This research using qualitative methods to collect data and analyze the results of interview. The result of this research are their using the marketing mix (8p) and marketing strategy theory and aspects such as product (rooms, ballroom, and restaurant), prices (room price adjust to the target market and qualities), places (strategic location), peoples (marketing team), process, physical evidence (social media and posters), and productivity & quality (product market and quality efficiency. The marketing strategy that used in Aston Priority Hotel is an analysis conducted using SWOT (strength, weakness, opportunity, threat).

Keywords: Marketing, Marketing Mix, Hospitality Industry, Occupancy Rate,

ABSTRAK

Nama / NIM : Antonio Pranata Cuaca / 31160041

Program Studi : Bisnis Hotel

Judul : Strategi Pemasaran Hotel Aston Priority Simatupang dalam Mempertahankan Tingginya Tingkat Hunian

Setiap hotel memiliki tingkat hunian yang harus dipertahankan pendapatannya dalam kurun waktu tertentu. Dalam meningkatkan tingginya tingkat hunian tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat dari setiap hotel tersebut. Pemasaran adalah aspek yang sangat berpengaruh dalam menguntungkan sebuah perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui proses dan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Hotel Aston Priority Simatupang. Metode yang digunakan untuk meneliti adalah metode kualitatif, untuk menentukan cara mencari data, mengulas dan membahas data. Hasil yang didapatkan bahwa hotel ini telah menggunakan bauran pemasaran (8p), yakni pemasaran dengan aspek-aspek dari produk (kamar, *ballroom*, dan restoran), *price* (harga kamar yang ditawarkan disesuaikan dengan target pasar dan kualitas), *promotion* (dilakukan dengan mengikuti trend pasar dan mengadakan *event* yang melibatkan *guest*), *place* (lokasi hotel yang strategis dan memudahkan), *people* (tim pemasaran hotel), *process* (proses), *physical evidence* (bisa dilihat dari sosial media dan poster yang telah dibuat), dan *productivity and quality* (efisiensi pemasaran produk dan kualitas produk yang telah ditawarkan). Strategi pemasaran yang harus dilakukan dan sedang dijalankan oleh Hotel Aston Priority yaitu telah dilakukannya analisa menggunakan matriks SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*).

Kata Kunci : Pemasaran, Bauran Pemasaran, Industri perhotelan, Industri Pariwisata, Tingkat Hunian,